

تاريخ الاستلام: (2023-01-09)، تاريخ القبول: (2023-04-30)

واقع استخدام المواقع الإلكترونية للصحف الحزبية في قطاع غزة لفن الإنفوجرافيك

أحمد محمود حمدان	فيصل عبد الله مغاري
جامعة الإسراء - غزة	الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون الفلسطينية

ملخص:

هدفت الدراسة إلى التعرف إلى مدى استخدام فن الإنفوجرافيك من قبل الصحف الفلسطينية الحزبية، ودوافع هذا الاستخدام، والإشباع المتحققة منه، فضلاً عن التعرف إلى إيجابياته وسلبياته. ولتحقيق أهداف الدراسة، استخدم الباحثان المنهج المسحي، واعتمدا أسلوب المسح الشامل، حيث بلغ مجتمع وعينة الدراسة (30) من العاملين في صحيفتي الرسالة والاستقلال. وقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج، أبرزها وجود سهولة في استخدام فن الإنفوجرافيك في التصوير الحسي الواقعي، وامتلاك بعض الصحف الفلسطينية القدرة على توظيفه، كما أن تصميم الإنفوجرافيك يتطلب قدرة ومهارة في تمثيل البيانات بصرياً. وأظهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية في واقع استخدام الصحف الحزبية في قطاع غزة لفن الإنفوجرافيك تُعزى لمتغير المهنة، في حين لم تظهر فروق ذات دلالة إحصائية تُعزى لمتغيرات الجنس والعمر والصحيفة. وأوصت الدراسة بضرورة التوسع في استخدام فن الإنفوجرافيك في الصحف الحزبية، وإدخال الوسائل والتقنيات التكنولوجية الحديثة إلى بيئة العمل الصحفي، وزيادة الدورات التدريبية المقدمة للعاملين حول آليات التعامل مع الإنفوجرافيك، بما يسهم في تعزيز توظيفه وتطوير استخداماته في الصحف الحزبية. الكلمات المفتاحية: فن الإنفوجرافيك، الصحف الحزبية الفلسطينية، صحيفة الاستقلال، صحيفة الرسالة.

The reality of using infographic art on the websites of partisan newspapers in the Gaza Strip

Abstract:

The study aimed to identify the extent to which infographic art is used by Palestinian partisan newspapers, the motives behind its use, the gratifications achieved through its use, as well as its advantages and disadvantages. To achieve the objectives of the study, the researchers employed the survey method and adopted a comprehensive survey approach. The study population and sample consisted of (30) employees working at Al-Resalah and Al-Istiqlal newspapers. The study yielded several findings, most notably the ease of using infographic art in realistic visual representation and the ability of some Palestinian newspapers to employ it effectively. The findings also indicated that designing infographics requires the ability and skill to represent data visually. Furthermore, the results revealed statistically significant differences in the use of infographic art by partisan newspapers in the Gaza Strip attributable to the profession variable, whereas no statistically significant differences were found with respect to gender, age, or newspaper affiliation. The study recommended expanding the use of infographic art in partisan newspapers, introducing modern technological tools and techniques into the journalistic work environment, and increasing training programs for newspaper staff on the effective use of infographics, thereby enhancing their application and further developing their use in partisan newspapers.

Keywords: infographic art, Palestinian partisan newspapers, Al-Istiqlal newspaper, Al-Resalah newspaper.

مقدمة:

يُعدّ الإخراج الصحفي عملية فنية وصحفية لها جانبان الأول جمالي والثاني وظيفي، فهو يعد خطوة مهمة من خطوات إصدار الصحف لعرض المضامين التحريرية على الصفحات، وبشكل جذاب ومميز. وإن التطور التكنولوجي الذي أصاب مختلف وسائل الاتصال أثر بشكل كبير على المضمون والشكل الإخراجي للصفحات، فالإخراج الصحفي هو فن تطبيقي له أغراضه فالصحيفة تصدر ليقراها الناس، وكلما سهلت عملية القراءة كان ذلك دليلاً على نجاح الإخراج الصحفي، والتصميم هو رسم أولي يوضح تصور المصمم لعمل الصفحات في الصحف متوخياً توزيع العناصر البنائية، توزيعاً يضيف عليها وضوحاً وجمالاً، ولا يراعى في الرسم الأولي ضوابط الدقة إلا لحفظ النسب في الأبعاد (الكرمي وسلايمة، 2003: 34).

كما يهدف الإخراج الصحفي إلى تحقيق أربعة أهداف رئيسية هي: الارتفاع بالانقرائية، وهي قابلية الصحافة لكي تكون مقروءة في يسر وسهولة دون أي عائق، وعرض الموضوعات المختلفة بطريقة تتفق مع أهميتها سواء بالنسبة لحجمها أو عناوينها أو ترتيبها في أجزاء الصفحة الواحدة، وكذلك تصميم الصفحات بأساليب جذابة ومشوقة، ومحققة للمعاني المستهدفة، على أن يتم ذلك كله بطريقة مدروسة تخلع على الصحيفة سمات محددة تكون شخصيتها، وتميزها.

مشكلة الدراسة:

يعد الإنفوجرافيك هو فن تحويل البيانات والمعلومات إلى صور ورسوم يسهل فهمها بوضوح، هناك العديد من المسميات لهذا الفن والذي نفتقر له في العالم العربي بشكل عام. ومن هذه المسميات (انفوجرافيكس / Infographics) أو (البيانات التصويرية "التفاعلية" / Data Visualization) وأيضاً يطلق عليها التصميم المعلوماتية / Information Design)، عندما نستخدم مصطلح (البيانات التصويرية / Data Visualization) فهي تعبر عن هذه الفئة ككل، عندما نستخدم مصطلح (البيانات التصويرية / Data Visualization) فهو عبارة عن مصطلح عام يستخدم لوصف البيانات المعروضة بطريقة مرئية.

ومن هذا المنطلق ظهر للباحثين أهمية فن الإنفوجرافيك على أساس أن هذا الفن هو الذي ينظر إليه كفرع أساسي وقائم بذاته يسعى إلى دمج المستحدثات التقنية إلى الحس الفني والإبداعي، وهو بذلك يعد من العلوم الأساسية التي تدمج بين التطور التقني والمعرفي في مجال الصحافة الفلسطينية، وانطلاقاً من ذلك:

جاءت هذه الدراسة للإجابة عن السؤال الرئيس التالي:

ما واقع استخدام الصحف الحزبية في قطاع غزة لفن الإنفوجرافيك؟

وينبثق من السؤال الرئيس مجموعة من التساؤلات التالية:

1. ما درجة استخدام العاملين في الصحف الفلسطينية الحزبية لفن الإنفوجرافيك؟
2. ما دوافع استخدام العاملين في الصحف الفلسطينية الحزبية لفن الإنفوجرافيك؟
3. ما درجة استفادة العاملين في الصحف الفلسطينية الحزبية من استخدام فن الإنفوجرافيك؟
4. ما الإيجابيات والسلبيات لاستخدام فن الإنفوجرافيك من وجه نظر العاملين في الصحف الفلسطينية الحزبية؟
5. ما أسباب عدم استخدام العاملين في الصحف الحزبية لفن الإنفوجرافيك؟
6. ما أهم المقترحات لاستفادة الصحف الحزبية من فن الإنفوجرافيك من وجه نظر العاملين في الصحف؟

أهداف الدراسة

تهدف الدراسة إلى تحقيق عدد من الأهداف، تتمثل في الآتي:

1. التعرف إلى استخدام فن الإنفوجرافيك في مجال الصحف في قطاع غزة.

2. التعرف إلى قدرة الصحافة الفلسطينية على تطبيق فن الإنفوجرافيك.
3. التعرف إلى الإيجابيات والسلبيات لفن الإنفوجرافيك.
4. التعرف إلى المقترحات من وجه نظر العاملين في الصحف الفلسطينية الحزبية للاستفادة من فن الإنفوجرافيك.

فروض الدراسة

1. توجد فروق ذات دلالة إحصائية في واقع استخدام الصحف الحزبية في قطاع غزة لفن الإنفوجرافيك تبعاً لمتغير المهنة.
2. توجد فروق ذات دلالة إحصائية في واقع استخدام الصحف الحزبية في قطاع غزة لفن الإنفوجرافيك تبعاً لمتغير الجنس.
3. توجد فروق ذات دلالة إحصائية في واقع استخدام الصحف الحزبية في قطاع غزة لفن الإنفوجرافيك تبعاً لمتغير العمر.
4. توجد فروق ذات دلالة إحصائية في واقع استخدام الصحف الحزبية في قطاع غزة لفن الإنفوجرافيك تبعاً لمتغير الصحيفة.

أهمية الدراسة

تكتسب هذه الدراسة أهميتها مما يلي:

1. هناك العديد من الدراسات والموضوعات التي تتناول هذه القضية من الناحية العلمية، حيث المؤلفات التي تعكس وجهات نظر أصحابها، وهو الأمر الذي أدى إلى وجود الكثير من وجهات النظر التي تتفق والتي تتعارض مع أقوال منظريها.
2. إثراء المكتبة العربية بمعلومات جديدة عن موضوع فن الإنفوجرافيك واستخدامها في صحف قطاع غزة.
3. إبراز أهمية موضوع فن الإنفوجرافيك على اعتبار أنه من الدراسات القليلة حسب علم الباحثين التي تتناول هذا الجانب.
4. إفادة المسؤولين في الصحف الفلسطينية نحو أهمية استخدام فن الإنفوجرافيك في الصحف نظراً لما توفره من وقت للمتابعين والقراء.

حدود الدراسة:

تشتمل الدراسة على الحدود الآتية:

الحد الموضوعي: التعرف على واقع استخدام الصحف الحزبية في قطاع غزة لفن الإنفوجرافيك.

الحد المكاني: المحافظات الجنوبية الفلسطينية.

الحد المؤسسي: يقتصر تطبيق الدراسة على صحيفتي الاستقلال والرسالة.

الحد الزمني: تم تطبيق الدراسة وإنجازها خلال العام 2022م.

الحد البشري: اقتصرت الدراسة على العاملين في صحيفتي الاستقلال والرسالة.

مصطلحات الدراسة:

الإنفوجرافيك

يعرف (عبد الباسط، 2015: 18) الإنفوجرافيك بأنه فن تحويل البيانات والمعلومات والمفاهيم المعقدة إلى صور ورسوم يمكن فهمها واستيعابها بوضوح وتشويق، وهو أسلوب يتميز بعرض المعلومات المعقدة والصعبة بطريقة سلسلة وسهلة وواضحة للقارئ.

ويعرفها الباحثان إجرائياً بأنه شكل من أشكال التواصل المرئي الذي يساعد على تبسيط المعلومات، وله تأثير بصري جذاب ويحظى بتفاعل كبير من قبل الأشخاص حيث يتم استخدامه بكثرة في عمليات التسويق ومواقع التواصل المختلفة.

دراسة (موسى وعيسى، 2022)

تحاول هذه الدراسة استكشاف كيفية توظيف المواقع الإخبارية الفلسطينية لرسم الإنفوجرافيك في نشر المعلومات حول جائحة كورونا التي أحدثت تغييرات جذرية في العالم في نواحي عديدة استخدمت الدراسة منهج المسح الإعلامي من خلال أسلوب تحليل المضمون على عينة من المواقع الإخبارية الفلسطينية خلال عام 2020، حيث تم تحليل مضمون 86 إنفوجرافيك في موقعي الرسالة نت وصفا الإخبارية وتوصلت الدراسة إلى أن موضوع التوعية والإرشاد تصدر موضوعات الإنفوجرافيك، وتركز اهتمام موقع الرسالة نت بعد هذا الموضوع بالإحصائيات والأرقام العالمية وموقع صفا بإحصائيات الإصابة في فلسطين، وركز موقعا الدراسة على النطاق الجغرافي المحلي، وتميز الموقعان في توثيق معلومات الإنفوجرافيك الخاص بجائحة كورونا، وتبين توافر أسس التصميم مثل الوحدة والانتزان والإيقاع في جميع تصاميم الإنفوجرافيك.

دراسة (الشيخ، 2020)

هدفت هذه الدراسة للتعرف إلى استخدام فن الإنفوجرافيك في الصحافة الإلكترونية الفلسطينية وتقييم درجة الاهتمام التي توليها له والعوامل التي تؤثر في المصممين والصحفيين عند استخدام الإنفوجرافيك. وتأتي هذه الدراسة في إطار الدراسات الوصفية واستخدمت منهج المسح الإعلامي وأسلوب المقارنة المنهجية، وتم جمع البيانات باستخدام ثلاث أدوات هي: تحليل المضمون واستمارة الاستقصاء والمقابلة، واعتمدت الباحثة على المسح الشامل لموقعي الدراسة: الرسالة نت وشبكة القدس الإخبارية في الفترة الممتدة من 1/7/2017 إلى 31/12/2018، كما وزعت استمارة الاستقصاء على "46" مبحوث باستخدام العينة الشاملة على المصممين والصحفيين العاملين في الإنفوجرافيك.

وقد خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: أن درجة اهتمام الصحافة الإلكترونية الفلسطينية بالإنفوجرافيك متوسطة بنسبة 47.8%. 2. أن أكثر أسباب استخدام الإنفوجرافيك تمثلت في ضرورة استخدامه في ظل تقدم تكنولوجيات الاتصال بنسبة 71.7%، كذلك تنوع العوامل التي تتصل بطبيعة الرسالة الاتصالية ومضمونها في تصميم الإنفوجرافيك وحصلت الفقرة أحرص على سلامة السياق وأن تكون المعلومات جيدة وواضحة ودقيقة وذات مغزى على المرتبة الأولى بوزن نسبي 89.6%، كما جاء الهدف الإعلامي للإنفوجرافيك في المرتبة الأولى بنسبة 87.46%، تلاه بفارق كبير الهدف الإقناعي بنسبة 8.17%، فيما حاز الهدف الإعلاني المرتبة الأخيرة بنسبة 0.62%. وبناءً على ذلك أوصت الباحثة الصحافة الإلكترونية الفلسطينية بإبداء مزيد من الاهتمام بفن الإنفوجرافيك في الصحافة الإلكترونية ووضعها كأولوية من خلال زيادة المساحات التي تخصصها لها التنوع في استخدام أشكال الإنفوجرافيك في الصحافة الإلكترونية الفلسطينية والتركيز على أسلوب طرح الحلول المناسبة لموضوعات الإنفوجرافيك ومناقشتها معرفة أسبابها وليست عرض المعلومات فقط، لتحقيق دور الإقناع. وتخصيص صحفيين ومصممين، والاهتمام بهم من خلال عقد دورات تدريبية فاعلة وتدريبهم على الإنفوجرافيك.

دراسة (الدلو، 2018): هدفت الدراسة التعرف على مدى اهتمام صحيفة الرسالة بالإنفوجرافيك والقضايا التي يتناولها وأنواعه ومكوناته ومصادره ومواقع نشره، ومدى ارتباطه بالواقع المحلي لصحيفة الدراسة، وهي تعد من البحوث الوصفية، وفي إطار هذا النوع من البحوث تم استخدام منهجي الدراسات المسحية والعلاقات المتبادلة، أما أداة الدراسة فهي استمارة تحليل المضمون، وعينتها عام 2016، بواقع 104 أعداد من الصحيفة المذكورة.

وكشفت الدراسة عن مجموعة من النتائج أهمها : اهتمام صحيفة الرسالة بفن الإنفوجرافيك دون غيرها من الصحف الفلسطينية، وتركيز الإنفوجرافيك على أربع قضايا ، هي: السياسية، والمجتمعية، والفصائل الفلسطينية، والانتخابات المحلية، وأن معظم قضايا الإنفوجرافيك ترتبط بالواقع المحلي، وتنتشر على الصفحة الأخيرة، ولم يذكر مصدر معلوماتها، إضافة إلى استخدامها بشكل أساسي لثلاثة أنواع من الإنفوجرافيك، وهي: تحليل البيانات والتسلسل الزمني والتاريخي، وعرض الأفكار، واهتمامها بالعناصر المقروءة والمرئية المختلفة بنسب متباينة، وأوضحت الدراسة أيضًا وجود علاقة بين أنواع الإنفوجرافيك والقضايا التي يتناولها.

دراسة (Majooni, Masood & Akharan 2017)

هدفت الدراسة إلى بحث تأثير الطريقة الإخراجية لرسوم الإنفوجرافيك والتي يتم من خلالها ترتيب وبناء العناصر البصرية والنصية في التصميم المعلوماتي على الفهم والعبء المعرفي لدى المتلقين، تم بناء التجربة باستخدام قستين اخباريتين تم تقديم كل منها بطريقة اخراجية مختلفة، بالاعتماد على جهاز تتبع حركة العين Eye-tracking divaic للحصول على المعلومات حول كيفية تصفح الباحثين لعمل تصميم من التصميم المعلوماتية محل التجربة، وقد أظهرت نتائج الدراسة أن الأسلوب المتسلسل في العرض هو الأعلى في الفهم والأقل في العبء المعرفي لدى الباحثين الذين خضعوا للتجربة.

دراسة (Laura Nicholas Ivanka 2017)

استخدمت الدراسة المنهج التجريبي للتعرف على تأثير العرض البصري للبيانات في أخبار التلفزيون على تذكر مضمون الأخبار المتعلقة بالأمراض التناسلية بالإضافة إلى التعرف على تأثير الفروق الفردية بين الباحثين على عملية التذكر. اعتمدت الدراسة على عينة من 113 من المراهقين الأمريكيين وأظهرت النتائج أن الأفراد الذين تعرضوا لمضامين الأخبار التي تضمنت رسوم جرافيكية لشرح وعرض بعض المعلومات والإحصائيات المتعلقة بالأمراض التناسلية كانوا أفضل في اختبارات التذكر من الذين تعرضوا فقط لمادة مسموعة تصف المعلومات والإحصائيات، كما تشير النتائج أيضا إلى أن الأفراد الذين لديهم بشكل عام ثقافة إعلامية كانوا أفضل في التذكر من الذين لديهم ثقافة أقل ولم تظهر نتائج الدراسة أي علاقة بين الفروق الفردية للباحثين وبين أسلوب عرض المعلومات وبين التذكر.

دراسة (Occa & Suggs 2016)

هدفت الدراسة لمعرفة ما إذا كانت الاختلافات بين مجموعات الدراسة مرتبطة أيضا بأسلوب العرض والذي شمل نسقين هما) الفيديو - الإنفوجرافيك، تم اختبار تأثيرات استراتيجيات عرض الرسالة الاتصالية باستخدام تصميم تجريبي ضم مجموعة تحكم واحدة وأربع مجموعات تجريبية هي على النحو التالي (مجموعة الفيديو السردية - مجموعة الفيديو التعليمي - مجموعة الإنفوجرافيك السردية مجموعة الإنفوجرافيك التوضيحي والتعليمي) وطبقت الدراسة على 194 مفردة من النساء

الناطقات باللغة الإيطالية والتي تراوحت أعمارهم ما بين 18-30 سنة وأظهرت النتائج أن هناك ارتباط إيجابي بين استراتيجيات عرض الرسالة الاتصالية وبين زيادة الوعي بالمرض، حيث كانت الرسالة التعليمية التي تم تقديمها بأسلوب الفيديو ذات تأثير إيجابي أكبر على المعرفة، في حين كانت رسالة الفيديو السردية لها الأثر الإيجابي الأعلى على متغير الموقف والنية وبشكل عام أظهرت نتائج هذه الدراسة أسلوب الفيديو أكثر فعالية مقارنة برسوم الإنفوجرافيك في توصيل المعلومات المتعلقة بالمرض.

دراسة أبو عصبه (2021) هدفت الدراسة إلى معرفة أثر استخدام الإنفوجرافيك (infographic) على تحصيل طالبات الصف الخامس الأساسي في العلوم وعلى اتجاهاتهن ودافعيتهم نحو تعلمها في محافظة سلفيت اعتمدت الدراسة علي المنهج شبه التجريبي وطبقت على عينة من طالبات الصف الخامس وتم تقسيمهم إلى مجموعتين، إحداهما تجريبية درست محتوى وحدة النباتات باستخدام الإنفوجرافيك، الأخرى ضابطة درست الوحدة نفسها بالطريقة التقليدية وأظهرت نتائج الدراسة وجود فروق دالة إحصائية بين مجموعتي الدراسة في متوسطي التحصيل وذلك لصالح المجموعة التجريبية التي تعرضت لموضوعات الإنفوجرافيك.

دراسة (Li, X., 2008): سعت الدراسة للتعرف على طريقة ومنهج تصميم الصحف على الانترنت واستخدام الجرافيك في تصميمها من خلال التحليل لثلاث مواقع الكترونية للصحف الرئيسية في الولايات المتحدة الأمريكية على شبكة الانترنت وهي نيويورك تايمز، واشنطن بوست، والولايات المتحدة الأمريكية اليوم وتمت عملية التحليل لمدة عشرة أيام من شهر أكتوبر وتمثلت عينة الدراسة: الصفحة الرئيسية، و صفحة المقالات الإخبارية في المواقع الالكترونية للصحف الثلاثة على شبكة الانترنت من خلال تحليل الصحف الثلاث على شبكة الانترنت .

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

1: أن مواقع الصحف على شبكة الانترنت تعطي أولوية للمعلومات النصية على الجرافيكية والرسوم وأن نسبة الرسوم والجرافيك تكون كبيرة وبنسبة عالية في الصفحة .

2: أن مواقع الصحف على الانترنت أقل في استخدامها للصور والرسوم كبيرة الحجم عن الصحف التقليدية في تصويرها للأحداث .

3: تحتل الرسوم التوضيحية والبيانية نسبة ضئيلة جدا من إجمالي الصور المستخدمة في المواقع الثلاث وعادة ما توجد صورة واحدة في الصفحة الرئيسية .

2. دراسة (Utt, S., 2010): تهدف الدراسة إلى التعرف على تصميم الصحف بنسختها المطبوعة والالكترونية على شبكة الانترنت من خلال مدى استخدامها للألوان والصور الصحفية والرسوم وبرامج التصميم وكذلك التعرف على مواقف واتجاه المحررين من التصميم العام للصحف ومدى أهمية القراء الصحف واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي في إطار أسلوب مسح القوائم بالاتصال حيث تم اختيار عينة قوامها 300 محررا وناشرا وتم إرسال الاستبيانات اليهم عبر البريد الالكتروني عام 2010م.

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

1: إن الذين يقومون بعملية التصميم الإلكتروني الخاصة بالصحف الإلكترونية هم أشخاص لديهم معرفة بالحاسب الآلي وليس لديهم معرفة بعلوم الصحافة وما يتعلق بالتقنيات المستخدمة في تصميم الصحف الإلكترونية .

2: إن الصحف الإلكترونية تعتمد على الصور أكثر من الصحف الورقية كما أنها تعتمد على نوعية خطوط تختلف عن الخطوط المستخدمة في النسخ الورقية.

إن حجم الخطوط والتمتن في النسخ الورقية يختلف عن تلك المستخدمة في النسخة الإلكترونية وذلك لتلائم الخصائص النفسية للقارئ وتسهيل عملية التصفح.

3. **دراسة لمار رزق (2011):** هدفت الدراسة إلى توصيف تصميم المواقع الإلكترونية للصحف المصرية في ظل استخدام اختبار يسر لاستخدام مواقع الدراسة، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، واستخدمت الباحثة منهج المسح على مستويين: المسح الوصفي، والمسح الاستدلالي، وطبقت الدراسة على عينة من مواقع الصحف المصرية، وعينة مفردة (100) عمدية من جمهور مستخدمي الإنترنت قواميا.

وتوصلت الدراسة إلى النتائج الآتية:

1 : قدمت مواقع الدراسة تشكيلا متنوعا لنماذج الإخراج تتبعها، فيتبنى موقع الأهرام نموذجا إخراجيا يعتمد على عمود التجول الأيسر في حين يتبع تصميم واجهة موقع الروق نموذجا إخراجيا يعتمد على تجول أعلى وأسفل الصفحة مع استخدام عرض الصفحة للنص وفي حين يتبنى التصميم بموقع اليوم السابع نموذجا إخراجيا يعتمد على ثلاثة أعمدة لوضع أكبر كمية من المضمون والتجول بأقصى مستويات يسر القراءة ويتبع التصميم موقع المصري اليوم الذي يقدم نموذجا إخراجيا يقوم على نموذج أعلي يسار أسفل اليوم والوفد نموذجا إخراجيا TLB.

2: أن مواقع الدراسة تتنوعت في أشكال التجول المستخدمة، مبينة قوائم، وأشرطة التجول سواء المعتمدة على النصوص، أو الصور، أو الأزرار، أو الأيقونات، كما اعتمدت على شريط الإعلانات، وخريطة الموقع النصية .

3: اتبعت مواقع صحف الدراسة بعض الخطوط الإرشادية التي أوصت بها دراسات يسر الاستخدام مما يمثل لها نقاط قوة لصالح تصميم الموقع.

4. **دراسة (لبد ، 2014):** هدفت الدراسة إلى رصد ووصف واقع إخراج وتصميم مواقع الصحف الفلسطينية اليومية على شبكة الانترنت من حيث البناء العام للموقع والأساليب الإخراجية المستخدمة ووصف العناصر البنائية المكونة لواجهات مواقع صحف الدراسة وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية واستخدمت الباحثة منهجيتين هما منهج الدراسة المسحية ومنهج دراسات العلاقات المتتالية وتم جمع معلومات الدراسة من خلال استمارة تحليل المضمون والمقابلة غير المقننة وتمثلت عينة الدراسة لمواقع الصحف الفلسطينية اليومية الأربع (موقع جريدة فلسطين، القدس، الأيام، الحياة) وتم إجراء الدراسة التحليلية خلال شهر يوليو 2014 واعتمد المدخل المنهجي ونظرية انتشار وتبني المبتكرات .

وتوصلت الدراسة إلى النتائج الآتية:

1: اعتماد غالبية مواقع الصحف الفلسطينية اليومية على أسلوب البوابة في إخراج موضوعاتها على الصفحة الرئيسية بينما اعتمد موقع جريدة فلسطين على أسلوب الوحدات الإلكترونية .

2: تنوعت الخطوط المستخدمة في مواقع صحف الدراسة وأهمها Tahoma Arabic، arial، simplified Arabic transparent حيث استخدم موقعاً جريدتي الأيام وفلسطين ونوعين من الخطوط بينما اقتصر موقعاً جريدتي القدس والحياة الجديدة على نوع واحد فقط .

5. دراسة (Ihlstrom & Lundberg، 2014)

هدفت الدراسة إلى استخلاص قواعد أساسية لتصميم الصحف على شبكة الإنترنت، يقوم على العلاقة بين المصمم والغرض من التصميم وعلاقته بالجمهور المستهدف، وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية، حيث اعتمد الباحثان على المنهج المسحي،

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج التالية:

1. أهمية الصفحة الأولى في مواقع صحف الدراسة في إعطاء لمحة عامة وسريعة عن مكونات وموضوعات الصحيفة، حيث وفر المصممون ما يساعد المستخدم لتجول والتنقل بالمواقع، مثل: قوائم الملاحاة أو التجوال، قائمة أو قسم الأكثر، قارئ، وأكثر إرسالاً وغيرها.

2. ضرورة تحديث الموضوعات ووضع الوقت أو الزمن المحدث للأخبار والموضوعات المنشورة، حيث أظهر المستخدمون تفضيلهم للنسخة الإلكترونية لكونها تحدث الأخبار، ووجود أخبار تختلف عن المطبوعة، بجانب قمة التكلفة المالية.

التعقيب على الدراسات السابقة

من خلال الاطلاع على عدد من الدراسات والبحوث العربية والأجنبية السابقة تبين الآتي:

أن هناك واقعاً ملموساً لإخراج وتصميم مواقع الصحف الفلسطينية اليومية على شبكة الانترنت من حيث البناء العام للموقع والأساليب الإخراجية المستخدمة، وقد كشفت الدراسات والبحوث العربية والأجنبية السابقة عن عدة مداخل مختلفة لتحقيق ذلك في عدة مواقع وصحف فلسطينية مختلفة، كما أن هناك توجهاً إيجابياً إلى ضرورة وجود استخدام المواقع الإلكترونية الفلسطينية لفن الإنفوجرافيك، وتتشابه الدراسة الحالية والدراسات والبحوث السابقة في تناولها لمفهوم الإنفوجرافيك، اعتمدت معظم الدراسات على المنهج الوصفي التحليلي وهو أنسب المناهج لاختبار العمليات المعرفية والمقارنة بين المجموعات التي تعرضت للإنفوجرافيك في التذكر والفهم تعددت أنواع العينات ما بين أفراد العينة، كذلك حدثت الدراسات في الوقت الذي أجريت فيه، فعلى الرغم من الإشارة إلى أن توظيف الإنفوجرافيك ليس بالأمر الجديد في مجال الصحافة ولكن مع توفر التقنية والتكنولوجيا التي ساعدت على انتشاره، أدى ذلك إلى لفت أنظار الباحثين لدراسة التأثيرات المرتبطة بتوظيفه في المجال.

الإطار النظري

يبدو الإنفوجرافيك للمتابع العادي ظاهرة حديثة نمت بالتزامن مع تزايد استخدام الإنترنت. وحقيقة الأمر أن الرموز والرسومات والصور قد استخدمت على مر التاريخ في سرد القصص وتبادل المعلومات، واليوم ومع عصر الإغراق المعلوماتي وقصر فترات الانتباه والتي ساهم فيها انتشار شبكات التواصل الاجتماعي (شلتوت، 2016).

أضف إلى ذلك الصورة النمطية عن قارئ الصحيفة التي تغيرت فالقارئ الذي كان يستقطع من يومه بضع ساعات ليتصفح الجريدة لم يعد موجوداً وأصبحت الثقافة البصرية هي السائدة في المطالعة خاصة في ظل الزخم المعلوماتي الهائل الذي أفرزته تكنولوجيا الاتصال والمعلومات. وبالتالي أصبح القارئ بحاجة إلى فنون صحفية تفسيرية تتعامل مع هذا الكم الهائل من المعلومات من حيث الفلتره والفهرسة والتصنيف وتقديمها للقارئ بشكل يسهل معه فهمها واستيعابها (كنوتي، 2016).

أنواع الانفوجرافيك:

يمكن تقسيم الإنفوجرافيك إلى أنواع عدة وفقاً لتصميمه ومحتواه، علماً أن لكل نوع منهما خصائصه التي تميزه عن الآخر: أ. أنواعه من حيث التصميم ويمكن تقسيمه إلى نوعين هما:

1- الإنفوجرافيك الثابت: وهو عبارة عن رسم تصويري يشرح شيئاً محدداً ويأخذ شكلاً ثابتاً ولا يحتاج إلى تفاعل القارئ، وغالباً ما يستخدم هذا النوع مع الإعلانات والدعايات الثابتة المطبوعة أو المنشورة على صفحات.

2- الانترنت: الإنفوجرافيك المتحرك: وهو رسم تصويري متحرك يتفاعل معه القارئ، وينقسم إلى نوعين هما: الأول: تصوير فيديو: وهو يعتمد على الرسوم في تمثيل المعلومات على شريط فيديو بشكل متحرك. الثاني: تصميم إنفوجرافيك متحرك: وهو وضع البيانات والمعلومات بشكل متحرك، وهذا يتطلب اختيار الحركات المعبرة التي تساعد على إخراجها بشكل جذاب، وهذا يتطلب استخدام جزء من تقنية الرسوم المتحركة.

يُعدّ الإخراج الصحفي عملية فنية وصحفية لها جانبان الأول جمالي والثاني وظيفي، فهو يعد خطوة مهمة من خطوات إصدار الصحف لعرض المضامين التحريرية على الصفحات، وبشكل جذاب ومميز. وإن التطور التكنولوجي الذي أصاب مختلف وسائل الاتصال أثر بشكل كبير على المضمون والشكل الإخراجي للصفحات، فالإخراج الصحفي هو فن تطبيقي له أغراضه فالصحيفة تصدر ليقراها الناس، وكلما سهلت عملية القراءة كان ذلك دليلاً على نجاح الإخراج الصحفي، والتصميم هو رسم أولي يوضح تصور المصمم لعمل الصفحات في الصحف متوخياً توزيع العناصر البنائية، توزيعاً يرضي عليها وضوحاً وجمالاً، ولا يراعى في الرسم الأولي ضوابط الدقة إلا لحفظ النسب في الأبعاد (أبو عصبه، 2021: 34). يحقق إخراج الصحف الإلكترونية العديد من الأبعاد الاتصالية للمضامين المقدمة وتتمثل هذه الأبعاد في إضافة معانٍ للرسالة الإعلامية إلى جانب إضافة البعد التفاعلي الذي يعد سمة من السمات الرئيسة للاتصال عبر الإنترنت كما يمكن من خلال إخراج الصحف الإلكترونية إكساب هذه الصحف شخصيات متميزة تعبر عن هويتها الخاصة التي تتفرد بها كل صحيفة عن الأخريات، كما يحقق إخراج الصحف الإلكترونية ربط المضامين المقدمة بسياقها التاريخي والجغرافي، والاقتصادي، ويمكن لمخرجي الصحف الإلكترونية توظيف الوسائط المتعددة لدعم المعاني التي تحملها الموضوعات المنشورة، ولاسيما صور الفيديو، والتأثيرات الخاصة التي تمكن القارئ من التفاعل مع تلك النصوص، ويتحقق ذلك انطلاقاً من أنّ الوسائط المتعددة لديها القدرة على الاستحواذ على المدارك السمعية والبصرية لمستخدمي الشبكة (عبد الباسط، 2015: 19).

والانفوجرافيك هو فن تحويل البيانات والمعلومات إلى صور ورسوم يسهل فهمها بوضوح، هناك العديد من المسميات لهذا الفن و الذي نفتقر له في العالم العربي بشكل عام . ومن هذه المسميات (انفوجرافيكس / Infographics) أو (البيانات

التصورية "التفاعلية" (Data Visualization /) وايضاً يطلق عليها (التصاميم المعلوماتية / Information Design)، عندما نستخدم مصطلح (البيانات التصورية / Data Visualization) فهي تعبر عن هذه الفئة ككل. بالنسبة لنا عندما نقول المصطلح (انفوجرافيكس / Infographics) فهي مختلفة اختلافاً تاماً عن مصطلح (البيانات التصورية "التفاعلية" / Data Visualization) لأن التدفق المعلوماتي للبيانات/المعلومات المعقدة يكون بصورة أسرع و أوضح لنقل خرائط جوجل التفاعلية، على سبيل المثال فقد يسهل البحث للوصول إلى منطقة أو دولة معينة بضغطة زر! أينما توفرت مادة بصرية مرئية تبين معلومات مهمة فهو يسمى بشكل عام (انفوجرافيكس / Infographics) بينما إذا ما احتوت الصورة على مواد تفاعلية تسمى (البيانات التصورية "التفاعلية" / Data Visualization). إن التصاميم الإنفوجرافية مهمة جداً، لماذا؟ لأنها تعمل على تغيير طريقة الناس في التفكير من الناحية البيانية و المعلوماتية و القصصية منها وخاصة في الوقت الراهن، عندما نستخدم التصاميم الإنفوجرافية فإننا نزيد من المحتوى العلمي عبر شبكة الانترنت، نضفي شكلاً آخر لعرض المعلومات/البيانات بأسلوب جديد والتي تساعد على توصيل الأفكار المعقدة بطريقة واضحة وجميلة.

واقع الانفوجرافيك العربي

إن الوقوف على واقع الانفوجرافيك العربي يعكس التوجه الكبير والملحوظ لهذا النوع من الرسوم لدينا العلم العربي، حيث وبنظرة بسيطة على الأوساط العربية لوسائل التواصل الاجتماعي ومواقع الانترنت وبعض الصحف والمجلات نلاحظ حراكاً إيجابياً نحو هذا الفن يتمثل فيما يلي (الفرماوي، 2010: 34):

- معظم المستخدمين لوسائل التواصل الاجتماعي ومواقع الإنترنت يستخدمون الانفوجرافيك وبشكل كبير لإيصال معلوماتهم وجذب انتباه المستخدمين الآخرين.
- استخدام بعض الصحف والمجلات للانفوجرافيك كوسيلة لإيصال الأخبار وتبسيطها للقارئ كصحيفة مكة على سبيل المثال.
- تقام حالياً العديد من الدورات التدريبية المتخصصة في مجال الانفوجرافيك وطريقة تصميمه وتشهد هذه الدورات إقبالاً كبيراً.
- استخدام معظم الشركات والقطاعات التجارية للانفوجرافيك كوسيلة تسويقية بعد أن أثبت جدارته في جذب الانتباه وبقاء المعلومة.
- توجه عدد من الوزارات والقطاعات الحكومية للانفوجرافيك للتوعية أو لشرح خطوات الحصول على الخدمات الخاصة بها.
- تعقد العديد من المسابقات في تصميم الانفوجرافيك والتي تدل على وجود عدد كبير من المصممين العرب المحترفين في هذا المجال.

هناك العديد من المواقع العربية التي توفر لك أنواعاً وأشكالاً مختلفة من الانفوجرافيك والتي يمكن تحميلها والاستفادة منها كموقع انفوجرافيك عربي، موقع تشريف وغيرها.

مفهوم الانفوجرافيك:

إن مصطلح الإنفوجرافيك ما هو إلا تعريب للمصطلح الإنجليزي (Infographic) والذي هو أساساً دمج للمصطلحين (Information) وتعني معلومات وحقائق، و (graphic) وتعني تصويري، وبالتالي فهي تعني البيانات التصويرية كما يمكن أن يطلق عليها التصاميم المعلوماتية.

والإنفوجرافيك بشكل عام يشير إلى تحويل المعلومات والبيانات المعقدة إلى رسوم مصورة يسهل على من يراها استيعابها بوضوح وتشويق دون الحاجة إلى قراءة الكثير من النصوص مما يوفر تواصل بصري فعال بين كل من المرسل والمستقبل (عيسى، 2014: 31).

ويعرف فن الإنفوجرافيك على أنه فن تحويل البيانات والمعلومات والمفاهيم المعقدة إلى صور ورسوم يمكن فهمها واستيعابها بوضوح وجعلها سلسلة وسهلة وواضحة (حسانين، 2016: 3).

في حين يستخدم البعض كلمة الإنفوجرافيك للإشارة إلى أشياء مختلفة كثيرة ولا يرون أنها تنحصر في البيانات المصورة التي هي: تمثيلات بصرية من القيم العددية. كجداول البيانات والرسوم البيانية وتكوين صورة من مجموعة من البيانات.

الإنفوجرافيك هو فن تحويل البيانات والمعلومات إلى صور ورسوم يسهل فهمها بوضوح، هناك العديد من المسميات لهذا الفن والذي نفتقر له في العالم العربي بشكل عام. ومن هذه المسميات (إنفوجرافيكس / Infographics) أو (البيانات التصويرية "التفاعلية" / Data Visualization) وايضاً يطلق عليها (التصاميم المعلوماتية / Information Design)

أنواع الإنفوجرافيك

- **إنفوجرافيك ثابت:** يكون عبارة عن رسم تصويري يشرح شيء معين بشكل ثابت دون الحاجة إلى أي تفاعل مع القارئ، وغالباً ما يستخدم هذا النوع في الإعلانات والدعايات الثابتة التي تطبع أو توزع أو تنشر على صفحات الانترنت أو الصحف اليومية والكتب وغيرها (الفرماوي، 2010: 41).

- **إنفوجرافيك متحرك:** وهو عبارة عن تصويري متحرك يتفاعل معه القارئ وهذا يعتمد على جزء من مفهوم الرسوم المتحركة، وقد نراه في بعض مواقع الويب التي باتت تميل إلى هذا العلم باستخدام تقنيات الويب المختلفة مثل HTML5 و CSS3 لتشرح شيء معين، وبعضها يظهر على هيئة فيديو يستخدم رسومات الإنفوجرافيك لتمثيل المعلومات. وهذا النوع من الإنفوجرافيك عبارة عن نوعين:

النوع الأول: تصوير فيديو عادي وتوضع عليه البيانات و التوضيحات بشكل جرافيك متحرك لإظهار بعض الحقائق والمفاهيم علي الفيديو نفسه وهذا النوع قليل بعض الشيء في الاستخدام.

النوع الثاني: عبارة عن تصميم البيانات والتوضيحات والمعلومات بشكل متحرك كامل حيث يتطلب هذا النوع الكثير من الإبداع واختيار الحركات المعبرة التي تساعد في إخراجه بطريقة شيقة وممتعة وكذلك يكون لها سيناريو كامل لإخراج النهائي لهذا النوع وهذا أكثر الأنواع استخداماً الآن .

كما ينبغي للمصمم أن يحدد ما هي الغاية والهدف من التصميم، أو ما هو مجال التصميم، ويندرج التصميم تحت الأهداف التالية: ديني- تعليمي وتربوي - توعوي - تجاري وتسويقي -تقني - ثقافي - رياضي - سفر وسياحة - سياسي - صحي وطبي - أزياء وجمال - تاريخي.

مكونات الإنفوجرافيك

بالرغم من تنوع وتعدد أشكال الإنفوجرافيك التي نلاحظها إلا أن هناك عدد من المكونات الرئيسية التي تشترك بها، وتختلف التفاصيل فيما بينها باختلاف ذوق وإبداع المصمم، ومن أهم هذه المكونات الرئيسية (بازرعة، 2014: 37):

1. العنصر البصري: ويتضمن هذا العنصر استخدام الالوان والرسومات (كالأشكال والتلقائية والرسوم البيانية) بالصور .

2. المحتوى النصي: ويشمل النصوص المكتوبة والتي ينبغي أن تكون مختصرة ومرتبطة بالعنصر السابق

3. المعرفة: وهى أهم ما يميز الانفوجرافيك ويجعله أكثر من كونه نص او صورة وإنما طريقة تقديم بطريقة معينة تمثل المفهوم أو المعرفة المراد إيصالها، كالتسلسل الزمني أو التفرعات والأجزاء وغيرها .

مميزات الانفوجرافيك

- تبسيط المعلومات المعقدة وجعلها سهلة الفهم والاعتماد على المؤثرات البصرية في توصيل المعلومة
- تحويل المعلومات والبيانات من أرقام وحروف مملة إلى صور ورسوم شيقة.
- اختصار الوقت بدلاً من قراءة كم هائل من البيانات المكتوبة يمكن مسحها بصرياً بسهولة.
- فعالية استخدامه في التسويق عبر مواقع التواصل الاجتماعي لجذب مزيد من الزبائن والعملاء لأصحاب الشركات (عيسى، 2014: 33)

- يستخدم هذا النوع من الرسوم كود متضمن داخل كود صفحة الموقع أو المدونة مما يقلل من الضغط على شبكة الإنترنت مقارنة بالرسوم والصور الاعتيادية .
- سهولة نشر وانتشار الانفوجرافيك عبر الشبكات الاجتماعية
- تعزيز القدرة على التفكير وربط المعلومات وتنظيمها.
- المساعدة على الاحتفاظ بالمعلومة وقتاً أكبر .
- قابلية تطبيقه على عدد كبير من التخصصات والمجالات المختلفة للبيانات (صور، أرقام، نصوص)
- إمكانية التواصل من خلالها ونقل المعلومات للآخرين باختلاف لغاتهم.
- تغيير الطريقة الروتينية لعرض المعلومات والبيانات للناس وبالتالي هذا يساعد على تغير استجابة الناس وتفاعلهم مع هذه المعلومات عند رؤيتها.

الانفوجرافيك والانفوبوستر :

تعتبر الملصقات التي تحمل معلومة ذات معنى (انفوبوستر) نوع من أنواع الرسوم كما هي الانفوجرافيك أيضاً، ولعل التمييز بين النوعين بشكل فاصل أمر غير ممكن نظراً للتشابه الكبير فيما بينهما، وبالرغم من ذلك إلا أن هناك بعض المصممين أو المتخصصين في مجال الرسوم يضع بعض الفروق البسيطة بينهما على سبيل المثال ما ذكر Rees (2013م) في مقاله حيث وضح ما يلي :

- يقدم الملصق المعلومة بصورة مباشرة وأكثر عمومية من الانفوجرافيك الذي يقدم المعلومة بشكل أكثر عمقاً واتساعاً وتوضيحاً لأجزائها والعلاقات فيما بينها.
- يتطلب تصميم الانفوجرافيك قدرة ومهارة في تمثيل البيانات بصرياً بشكل أكبر من الملصق.
- يتطلب تصميم الانفوجرافيك فهم عميق للبيانات المراد نقلها بشكل أكبر من الملصق .
- يظهر في الانفوجرافيك حس المصمم وإبداعه في التصميم أكثر مما هي الحال عليه في الملصق.
- كما يذكر (عبد الباسط، 2015: 47) في مدونته بأنه إذا استخدمنا الرسم والألوان لتوضيح المعنى الذي قد يطول أو يصعب فهمه بدون الرسم نكون بذلك قد صنعنا " انفوجرافيك " أما لو كانت الرسوم تضيف جمالاً وجاذبية للمحتوى المعرفي ويمكننا فهم وإدراك المعلومات بدون - أعنى الرسم - فنكون بذلك قد صنعنا " انفوبوستر "

مجالات استخدام الانفوجرافيك :

قبل أن ندخل في خطوات وأدوات تصميم الإنفوجرافيك، نريد أن نفهم طبيعة المعلومات التي يمكن توصيلها باستخدام الإنفوجرافيك والمجالات التي يمكن أن تستخدم فيها، يمكننا القول إنه بالإمكان استخدام الإنفوجرافيك في جميع مجالات الحياة: كالتعليم والتسويق والتوعية وحماية البيئة والجوانب الإنسانية والترفيهية والدينية وغيرها.

هذا وتتخذ البيانات التي يمكن عرضها أو إيصالها باستخدام الإنفوجرافيك أشكالاً عديدة منها " (بازرعة، 2014: 39):

- **الإحصائيات:** مثل أعداد السكان والمواليد والوفيات والصادرات والواردات وإحصائيات الاستخدام .. الخ
- **الإجراءات:** مثل إجراءات أو خطوات عمل معين كالدورة الدموية أو هضم الغذاء، ركوب الطائرة وغيرها.
- **الأفكار:** مثل المفاهيم والنظريات والتعميمات، والأفكار السياسية والاقتصادية والاجتماعية والصحية والغذائية وغيرها.
- **التسلسل الزمن أو التاريخي:** مثل تاريخ الأحداث وترتيبها والخرائط والجدول الزمنية وغيرها.
- **الوصف الجغرافي:** مثل المواقع والمناطق الجغرافية وغيرها.
- **التشريح:** مثل المكونات والعناصر والقوائم وغيرها.
- **التسلسل الهرمي:** مثل الهياكل التنظيمية وتحديد الاحتياجات أو مراحل التطور وغيرها.
- **العلاقات:** مثل العلاقات الداخلية والخارجية والعلاقة بين المنتجات والأشخاص والخدمات وغيرها.
- **الشخصيات:** كأن يتناول الإنفوجرافيك شخصية مؤثرة في أحد المجالات.

خطوات تصميم الإنفوجرافيك

تمر عملية إعداد الإنفوجرافيك بعدد من الخطوات يستخدم المصمم خلالها عدداً من الأدوات، ومن أبرز هذه الخطوات ما يلي (بازرعة، 2014: 45-46):

أولاً: تحديد أولويات التصميم:

علينا أولاً أن نحدد الهدف الذي نحاول تحقيقه من خلال تصميم الإنفوجرافيك قبل أن نتمكن من تحديد أفضل الممارسات لتنفيذه، ومن حديثنا السابق اتضح أننا نستخدم رسوم المعلومات (الإنفوجرافيك) لتوصيل المعلومات ما يختلف هو الهدف من ذلك، وبتحديدنا الدقيق لذلك الهدف يمكننا تحديد أولويات الرسم.

أما الناشرون فليدهم مزيج مختلف قليلاً حيث الجذب في المقام الأول من خلال الغلاف أو الافتتاحية ثم الفهم، ثم الاحتفاظ بالمعلومة، فعرض محتويات المجلة بشكل جذاب هو ما سيجعل القراء يهرعون إلى الاشتراك فيها فتزداد المبيعات، ولكن يجب أن يكون هذا الجذب متبوعاً بمحتوى قيم وثرى لضمان استمرارهم، ولا يهم إذا ما كان القارئ بعد أسبوع قادراً على استحضار ما قرأ، القاسم المشترك بين المصالح التجارية والناشرين هو أن كلا منهما يرغب في إجبار المستهلك على اتخاذ إجراءات محددة .

ثانياً : تحديد الفكرة وجمع البيانات حول الموضوع :

1. ما هي الفكرة؟ ولماذا تعتقد برأيك أنها فكرة ناجحة؟ ما الهدف من ورائها؟ حدد الفئة المستهدفة من التصميم. ما النمط المناسب لتمثيلها؟ جميع هذه الأسئلة مهمة في وضع تصور معين للمنتج أو المشروع المراد التصميم له.

2. بعد التوصل إلى " الفكرة " هناك مواد تساعد في بناء تلك الفكرة ومنها استخدام محركات البحث للوصول إلى أكبر عدد من البيانات والمعلومات الداعمة لفكرة المشروع.

3. أثناء عملية البحث يجب مراعاة حداثة المراجع ومدى مصداقيتها، وتحديد الروابط المرجعية، بالإضافة إلى دعم تصميمك من خلال البيانات الموثقة والأرقام والإحصاءات المدروسة بشكل موثق .

ثالثاً : تحليل وتقييم وتصنيف البيانات والمعلومات :

بعد الانتهاء من توفير المواد البيانية والمعلومات المستخدمة قم بفلتره البيانات واستخراج المطلوب منها فقط، حتى لا تشكل لك أي حشو أو طمس للفكرة، استخدم فقط البيانات المتعلقة بالمشروع والمنتج النهائي واجعل منها أساس بناء الفكرة (بازرعة، 2014: 46).

رابعاً: التخطيط للعمل وترتيب المحتوى:

العمل على تخطيط مبدئي عن المشروع، ورسم خريطة ذهنية لما تنوي القيام به لتضع التصور الصحيح والسليم وتتمكن من عرض الفكرة في مضمون سهل ومبسط، أيضاً قم باستخدام مواد فعلية في رسم التصور كاستخدام التصوير الضوئي لمبنى أو صور متوفرة عبر الانترنت لدمج الأفكار والتصوير في قالب واحد ليتم التعامل مع المحتوى في الإخراج الفني لاحقاً، وذلك باستخدام البرامج المجانية المتوفرة سواء عبر الانترنت أو في جهازك كبرنامج (إكسل، بوربوينت، وورد) وغيرها من البرامج التي تساعد في بناء المحتوى بشكل منسق مرتب.

خامساً: الإخراج

في هذه المرحلة يتم إخراج عنصرين في بداية الأمر فأول ما يتم إخرجه هو التصور ما قبل النهائي وقد يكون بعدة أشكال سواء كان تفاعلياً أم مصوراً، يتم أيضاً مراجعة التصميم و البيانات المدخلة ومراجعة ما إن كان يحتوي على أي مدخلات خاطئة ليتم تصحيحها قبل النشر. يتم معاينة المنتج النهائي للتصميم وتجربته، أما في حالة كان التوجه في التصميم كمنتج تفاعلي يتم تجربته على عدة متصفحات للتأكد من مدى جاهزية إخرجه و يتضمن التدقيق أيضاً على اللوغو ثيمات المستخدمة ومدى قابلية تفاعل المستخدم النهائي مع التصميم.

سادساً: اختيار الأداة المناسبة للتصميم:

1. تحديد الأدوات المستخدمة في الإخراج الفني واستخدم برامج التصميم كالفوتوشوب وغيرها، من أجل تصميم ما يتناسب مع الفكرة والفئة المستهدفة التي اخترتها.
2. بعد الانتهاء من العمل يتم تجربته على عدة متصفحات للتأكد من مدى جاهزية إخرجه ومدى قابلية تفاعل المستخدم النهائي مع التصميم.

الإطار المنهجي للدراسة

قام الباحثان باستخدام المنهج المسحي في إجراء الدراسة، والذي يعبر عنها تعبيراً كميّاً وكما لا يكتفي هذا المنهج عند جمع المعلومات المتعلقة بالظاهرة من أجل استقصاء مظاهرها وعلاقاتها المختلفة، بل يتعدى ذلك إلى التحليل والربط والتفسير؛ للوصول إلى استنتاجات.

مجتمع الدراسة وعينتها:

اتبعت الدراسة أسلوب الحصر الشامل نظراً لصغر حجم مجتمع الدراسة، حيث بلغ مجتمع وعينة الدراسة (30) من العاملين في صحيفتي الاستقلال والرسالة، كما قدم المحكمون العديد من التعديلات القيمة والجهرية على أداة الدراسة، واستجاب الباحثان لهذه التعديلات وقام بإعادة النظر في الاستبانة في ضوء الملاحظات التي قدمها المحكمون.

أولاً: وصف الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة

جدول رقم (1)

الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة

المتغير	البيان	العدد	النسبة المئوية
الجنس	نكر	11	36.7%
	أنثى	19	63.3%

المجموع	30	100.0%
الصحيفة		
الاستقلال	13	43.3%
الرسالة	17	56.7%
المجموع	30	100.0%
العمر		
30-22	19	63.3%
40-31	6	20.0%
41 سنة فأكثر	5	16.7%
المجموع	30	100.0%
المهنة		
محرر	15	50.0%
مخرج	7	23.3%
إداري	2	6.7%
أخرى	6	20.0%
المجموع	30	100.0%

ثانياً: نتائج تحليل تساؤلات الدراسة

الإجابة على السؤال الرئيس: ما واقع استخدام الصحف الحزبية في قطاع غزة لفن الإنفوجرافيك؟

جدول رقم (2)

واقع استخدام الصحف الحزبية في قطاع غزة لفن الإنفوجرافيك

البند	كبيرة		متوسطة		قليلة		المجموع	
	%	ع	%	ع	%	ع	%	ع
ما مدى استخدامك لفن الإنفوجرافيك في المعلومات والبيانات المعقدة إلى رسوم مصورة.	54	27	44	22	2	1	100	50
ما مدى مساهمة فن الإنفوجرافيك في توضيح صورة الأحداث.	74	37	20	10	6	3	100	50
ما مدى احتواء فن الإنفوجرافيك على عنصر التشويق.	38	19	46	23	16	8	100	50
ما مدى افتقار الصحف الفلسطينية لفن الإنفوجرافيك في إصداراتها اليومية.	86	43	0	0	14	7	100	50

يتضح من خلال الجدول أن نسبة استخدام العاملين لفن الإنفوجرافيك في المعلومات والبيانات المعقدة إلى رسوم مصورة بلغ (54%) بنسبة كبيرة، (44%) بنسبة متوسطة، (2%) بنسبة قليلة، وأن نسبة مساهمة فن الإنفوجرافيك في توضيح صورة الأحداث بلغ (74%) بنسبة كبيرة، (20%) بنسبة متوسطة، (6%) بنسبة قليلة، وأن نسبة احتواء فن الإنفوجرافيك على عنصر التشويق بلغ (38%) بنسبة كبيرة، (46%) بنسبة متوسطة، (16%) بنسبة قليلة، وأن نسبة افتقار الصحف الفلسطينية لفن الإنفوجرافيك في إصداراتها اليومية بلغ (86%) بنسبة كبيرة، (14%) بنسبة قليلة.

واتفقت الدراسة الحالية مع دراسة (ماجد الدلو، 2017) والتي أشارت إلى أن هناك اهتمام في صحيفة الرسالة بالإنفوجرافيك والقضايا التي يتناولها وأنواعه ومكوناته ومصادره ومواقع نشره، ومدى ارتباطه بالواقع المحلي لصحيفة الدراسة.

جدول رقم (3)

المحور الأول: دوافع استخدام العاملين في الصحف الفلسطينية الحزبية لفن الإنفوجرافيك

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الرتب
1	سهولة استخدام فن الإنفوجرافيك في التصوير الحسي الواقعي.	3.74	0.85	74.9	1
2	لإيصال معلوماتهم وجذب انتباه المستخدمين.	3.68	0.79	73.6	2
3	قلة استخدام الصحف الفلسطينية لفن الإنفوجرافيك.	3.68	0.92	73.5	3
4	قدرة بعض الصحف الفلسطينية على تطبيق فن الإنفوجرافيك.	3.64	0.73	72.8	4
5	فهم القارئ لهذا النوع من الفن في الصحف.	3.58	0.74	71.7	5
	الدرجة الكلية	3.64	0.73	72.8	

يتضح من خلال الجدول (3) أن الفقرة رقم (1) والتي تنص على " سهولة استخدام فن الإنفوجرافيك في التصوير الحسي الواقعي " قد أتت في المرتبة الأولى بنسبة (74.9%) ، وهي تدل على سهولة استخدام فن الإنفوجرافيك في التصوير الحسي الواقعي، بينما أتت الفقرة (4) والتي تنص على " فهم القارئ لهذا النوع من الفن في الصحف " أتت في المرتبة الأخيرة بنسبة (71.7%) وحيث أن الدرجة الكلية قد بلغت 72.8% وهي نسبة مرتفعة تدل على أن هناك قلة استخدام الصحف الفلسطينية لفن الإنفوجرافيك، إضافة إلى قدرة بعض الصحف الفلسطينية على تطبيق فن الإنفوجرافيك، كما توجد سهولة في استخدام فن الإنفوجرافيك في التصوير الحسي الواقعي.

واتفقت الدراسة الحالية مع دراسة (ماجد الدلو، 2017) والتي أشادت إلى أن هناك اهتمام في صحيفة الرسالة بالإنفوجرافيك والقضايا التي يتناولها وأنواعه ومكوناته ومصادره ومواقع نشره، ومدى ارتباطه بالواقع المحلي لصحيفة الدراسة.

جدول رقم (4)

المحور الثاني: الصعوبات التي تواجه العاملين عند استخدامهم فن الإنفوجرافيك في الصحف الفلسطينية

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الرتب
1	صعوبة فهم العاملين في الصحف الفلسطينية لفن الإنفوجرافيك.	3.93	1.03	78.6	1
2	محدودية الخبرات المتوافرة لدى العاملين في الصحف في مجال الإنفوجرافيك.	3.86	0.79	77.3	2
3	قلة متابعة القراء للصحافة الفلسطينية.	3.76	0.88	75.1	3
4	قلة الدورات المتعلقة باستخدامات فن الإنفوجرافيك في الصحف.	3.6	0.80	72.01	4
5	يتطلب تصميم الإنفوجرافيك قدرة ومهارة في تمثيل البيانات بصرياً.	3.59	0.83	71.8	5
	الدرجة الكلية	3.67	0.77	73.4	

يرى الباحثان أن الفقرة رقم (4) والتي تنص على " صعوبة فهم العاملين في الصحف الفلسطينية لفن الإنفوجرافيك " قد أتت في المرتبة الأولى بنسبة (78.6%)، وهي تدل على أن هناك صعوبة في فهم العاملين في الصحف الفلسطينية لفن الإنفوجرافيك، بينما أتت الفقرة (5) والتي تنص على " يتطلب تصميم الإنفوجرافيك قدرة ومهارة في تمثيل البيانات بصرياً " أتت في المرتبة الأخيرة بنسبة (71.8%) وحيث إن الدرجة الكلية قد بلغت 73.4% وهي نسبة مرتفعة تدل على أن هناك العديد من الصعوبات التي تواجه العاملين في مجال فن الإنفوجرافيك منها محدودية الخبرات المتوافرة لدى العاملين في

الصحف في مجال الإنفوجرافيك، إضافة إلى قلة الدورات المتعلقة باستخدامات فن الإنفوجرافيك في الصحف، كما يتطلب تصميم الإنفوجرافيك قدرة ومهارة في تمثيل البيانات بصرياً.

وانتقدت الدراسة الحالية مع دراسة (ماجد الدلو، 2017) والتي أشادت إلى أن هناك اهتمام في صحيفة الرسالة بالإنفوجرافيك والقضايا التي يتناولها وأنواعه ومكوناته ومصادره ومواقع نشره، ومدى ارتباطه بالواقع المحلي لصحيفة الدراسة.

جدول رقم (5)

المحور الثالث: مدى استفادة العاملين في الصحف الحزبية من استخدام فن الإنفوجرافيك

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الرتب
1	اعتمادهم على المؤثرات البصرية في توصيل المعلومة للمواطنين.	3.91	0.92	78.2	1
2	اختصار الوقت بدلاً من قراءة كم هائل من البيانات المكتوبة يمكن مسحها بصرياً بسهولة.	3.88	0.88	77.5	2
3	تعزيز القدرة على التفكير وربط المعلومات وتنظيمها.	3.71	0.94	74.2	3
4	المساعدة على الاحتفاظ بالمعلومة وقتاً أكبر.	3.62	0.72	72.4	4
5	سهولة نشر وانتشار الإنفوجرافيك عبر الشبكات الاجتماعية.	3.59	0.98	71.8	5
الدرجة الكلية		3.65	0.78	72.6	

يرى الباحثان أن الفقرة رقم (1) والتي تنص على " اعتمادهم على المؤثرات البصرية في توصيل المعلومة للمواطنين " قد أتت في المرتبة الأولى بنسبة (78.2%) ، وهي تدل على أن هناك اعتماداً من قبل العاملين في مجال الصحافة على المؤثرات البصرية في توصيل المعلومة للمواطنين، بينما أتت الفقرة (3) والتي تنص على " سهولة نشر وانتشار الإنفوجرافيك عبر الشبكات الاجتماعية " أتت في المرتبة الأخيرة بنسبة (71.8%) وحيث إن الدرجة الكلية قد بلغت 72.6% وهي نسبة مرتفعة تدل على أن هناك استفادة من قبل العاملين في مجال الصحافة من فن الإنفوجرافيك والمتمثل في اختصار الوقت بدلاً من قراءة كم هائل من البيانات المكتوبة يمكن مسحها بصرياً بسهولة، إضافة إلى سهولة نشر وانتشار الإنفوجرافيك عبر الشبكات الاجتماعية، إضافة إلى تعزيز القدرة على التفكير وربط المعلومات وتنظيمها، وكذلك المساعدة على الاحتفاظ بالمعلومة وقتاً أكبر .

وانتقدت الدراسة الحالية مع دراسة (ماجد الدلو، 2017) والتي أشادت إلى أن هناك اهتماماً في صحيفة الرسالة بالإنفوجرافيك والقضايا التي يتناولها وأنواعه ومكوناته ومصادره ومواقع نشره، ومدى ارتباطه بالواقع المحلي لصحيفة الدراسة.

جدول (6)

المجال الرابع: إيجابيات استخدام فن الإنفوجرافيك من وجهة نظر العاملين في الصحف الحزبية

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الرتب
1	إمكانية التواصل من خلالها ونقل المعلومات للآخرين باختلاف لغاتهم.	3.74	0.85	74.9	1
2	تغير الطريقة الروتينية لعرض المعلومات والبيانات	13.7	0.85	74.2	2

3	73.6	0.79	3.68	قابلية تطبيقه على عدد كبير من التخصصات والمجالات المختلفة للبيانات (صور، أرقام، نصوص).
4	73.5	0.92	3.68	سهولة تطبيق البيانات وعرضها أمام المتابعين.
5	73.2	0.76	3.66	تعد مصدر من مصادر التعلم.
الدرجة الكلية				
	72.2	0.69	3.62	

يرى الباحثان أن الفقرة (4) والتي تنص على " إمكانية التواصل من خلالها ونقل المعلومات للآخرين باختلاف لغاتهم " على المرتبة الأولى بوزن نسبي (74.9%)، ويعزو الباحثان ذلك إلى إمكانية التواصل من خلال فن الإنفوجرافيك ونقل المعلومات للآخرين باختلاف لغاتهم، في حين أتت الفقرة (5) والتي تنص على " تعد مصدر من مصادر التعلم " أتت في المرتبة الأخيرة بنسبة (73.2%)، في حين بلغت الدرجة الكلية (72.2%) وهي نسبة مرتفعة تدل على أن هناك العديد من الإيجابيات المتوقعة من خلال فن الإنفوجرافيك والمتمثلة في إمكانية التواصل من خلالها ونقل المعلومات للآخرين باختلاف لغاتهم، إضافة إلى سهولة تطبيق البيانات وعرضها أمام المتابعين، إضافة إلى قابلية تطبيقه على عدد كبير من التخصصات والمجالات، حيث أنه توجد اختلافات واضحة من خلال تطبيق فن الإنفوجرافيك في الصحف الحزبية وأن هناك استفادة حقيقية من قبل العاملين في هذه الصحف من خلال تطبيق فن الإنفوجرافيك.

وانتقدت الدراسة الحالية مع دراسة (ماجد الدلو، 2017) والتي أشادت إلى أن هناك اهتماماً في صحيفة الرسالة بالإنفوجرافيك والقضايا التي يتناولها وأنواعه ومكوناته ومصادره ومواقع نشره، ومدى ارتباطه بالواقع المحلي لصحيفة الدراسة.

جدول رقم (7)

المجال الخامس: سلبيات استخدام فن الإنفوجرافيك من وجهة نظر العاملين في الصحف الحزبية

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الرتب
1	قلة الدورات المقدمة للعاملين في الصحف الحزبية حول آلية التعامل مع فن الإنفوجرافيك.	3.93	0.82	78.6	1
2	محدودية تطبيقها على صحف حزبية معينة.	3.91	0.82	78.2	2
3	صعوبة فهم واستخدام فن الإنفوجرافيك لدى شريحة واسعة من العاملين في الصحف الحزبية.	3.88	0.80	77.5	3
4	صعوبة استخدامها في أغلب الصحف الحزبية.	3.86	0.80	77.3	4
5	تحتاج إلى وسائل وتقنيات تكنولوجية متقدمة.	3.76	0.68	75.1	5
الدرجة الكلية				75.7	

يرى الباحثان أن الفقرة رقم (3) والتي تنص على " قلة الدورات المقدمة للعاملين في الصحف الحزبية حول آلية التعامل مع فن الإنفوجرافيك " قد أتت في المرتبة الأولى بنسبة (78.6%)، وهي تدل على أنه توجد قلة في الدورات المقدمة للعاملين في الصحف الحزبية حول آلية التعامل مع فن الإنفوجرافيك، بينما أتت الفقرة (2) والتي تنص على " تحتاج إلى وسائل وتقنيات تكنولوجية متقدمة " أتت في المرتبة الأخيرة بنسبة (75.1%)، وحيث إن الدرجة الكلية قد بلغت 75.7% وهي نسبة متوسطة تدل على أنه توجد العديد من السلبيات المتعلقة باستخدام العاملين لفن الإنفوجرافيك منها قلة الدورات المقدمة

للعاملين في الصحف الحزبية حول آلية التعامل مع فن الإنفوجرافيك، إضافة إلى محدودية تطبيقها على صحف حزبية معينة، إضافة إلى صعوبة فهم واستخدام فن الإنفوجرافيك لدى شريحة واسعة من العاملين في الصحف الحزبية، كما تحتاج إلى وسائل وتقنيات تكنولوجية متقدمة، إضافة إلى صعوبة استخدامها في أغلب الصحف الحزبية. واتفقت الدراسة الحالية مع دراسة (ماجد الدلو، 2017) والتي أشارت إلى أن هناك اهتماماً في صحيفة الرسالة بالإنفوجرافيك والقضايا التي يتناولها وأنواعه ومكوناته ومصادره ومواقع نشره، ومدى ارتباطه بالواقع المحلي لصحيفة الدراسة.

ثالثاً: الإجابة على فروض الدراسة: "هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية لواقع استخدام الصحف الحزبية في قطاع غزة

لفن الإنفوجرافيك تبعاً لمتغير الجنس؟

استخدم الباحثان اختبار (ت) في الإجابة على السؤال المتعلق بقياس إحصائية واقع استخدام الصحف الحزبية في قطاع غزة لفن الإنفوجرافيك تبعاً لمتغير الجنس.

جدول (8)

واقع استخدام الصحف الحزبية في قطاع غزة لفن الإنفوجرافيك تبعاً لمتغير الجنس

الأبعاد	الجنس	التكرار	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة "ت"	مستوى الدلالة
واقع استخدام الصحف الحزبية في قطاع غزة لفن الإنفوجرافيك تعزى لمتغير الجنس.	ذكر	11	0.432	0.384	2.83	غير دالة إحصائياً
	أنثى	19	1.49	0.262		

التعليق:

يتضح أن قيمة مستوى الدلالة $\text{sig} = 0.29$ أكبر من $\alpha = 0.05$ حيث يتضح أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في واقع استخدام الصحف الحزبية في قطاع غزة لفن الإنفوجرافيك تبعاً لمتغير الجنس.

وللإجابة على السؤال الثاني والذي ينص على "هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية لواقع استخدام الصحف الحزبية في قطاع غزة لفن الإنفوجرافيك تبعاً لمتغير العمر؟

استخدم الباحثان تحليل التباين الأحادي لقياس إحصائية واقع استخدام الصحف الحزبية في قطاع غزة لفن الإنفوجرافيك تبعاً لمتغير العمر.

جدول (9)

نتائج تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA)

البعد	العمر	العدد	المتوسط الحسابي	قيمة ف	مستوى الدلالة
واقع استخدام الصحف الحزبية في قطاع غزة لفن الإنفوجرافيك تبعاً لمتغير العمر.	30-22	19	3.63	3.09	غير دالة إحصائياً
	40-31	6	1.84		
	41 سنة فأكثر	5	1.55		

التعليق:

واقع استخدام المواقع الإلكترونية للصحف الحزبية في قطاع غزة لفن الانفوجرافيك فيصل مغاري وأحمد حمدان

يتضح أن قيمة مستوى الدلالة $\text{sig} = 0.25$ أكبر من $\alpha = 0.05$ حيث يتضح أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في واقع استخدام الصحف الحزبية في قطاع غزة لفن الانفوجرافيك تبعاً لمتغير العمر.

للإجابة على السؤال الثالث: والذي ينص على " هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية لواقع استخدام الصحف الحزبية في قطاع غزة لفن الانفوجرافيك تبعاً لمتغير المهنة ؟

استخدم الباحثان تحليل التباين الأحادي لقياس إحصائية واقع استخدام الصحف الحزبية في قطاع غزة لفن الانفوجرافيك تبعاً لمتغير المهنة.

جدول (10)

نتائج تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA)

المهنة	العدد	المتوسط الحسابي	قيمة ف	مستوى الدلالة
محرم	15	4.08	3.18	دالة إحصائياً
مخرج	7	2.57		
اداري	2	1.52		
أخرى	6	2.21		

التعليق

يتضح أن قيمة مستوى الدلالة $\text{sig} = 0.00$ أقل من $\alpha = 0.05$ حيث يتضح أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في واقع استخدام الصحف الحزبية في قطاع غزة لفن الانفوجرافيك تبعاً لمتغير المهنة.

وللإجابة على السؤال الرابع والذي ينص على " هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية لواقع استخدام الصحف الحزبية في قطاع غزة لفن الانفوجرافيك تبعاً لمتغير الصحيفة؟

استخدم الباحثان اختبار (ت) في الإجابة على السؤال المتعلق بقياس إحصائية واقع استخدام الصحف الحزبية في قطاع غزة لفن الانفوجرافيك تبعاً لمتغير الصحيفة.

جدول (11)

واقع استخدام الصحف الحزبية في قطاع غزة لفن الانفوجرافيك تبعاً لمتغير الصحيفة

الصحيفة	التكرار	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة "ت"	مستوى الدلالة
الاستقلال	13	2.49	3.64	3.69	غير دالة إحصائياً
الرسالة	17	2.51	3.18		

التعليق:

يتضح أن قيمة مستوى الدلالة $\text{sig} = 0.42$ أكبر من $\alpha = 0.05$ حيث يتضح أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في واقع استخدام الصحف الحزبية في قطاع غزة لفن الانفوجرافيك تبعاً لمتغير الصحيفة.

النتائج:

توصل الباحثان إلى العديد من النتائج أبرزها:

1. توجد سهولة استخدام فن الإنفوجرافيك في التصوير الحسي الواقعي.
2. توجد قدرة لبعض الصحف الفلسطينية على تطبيق فن الإنفوجرافيك.
3. يتطلب تصميم الإنفوجرافيك قدرة ومهارة في تمثيل البيانات بصرياً.
4. توجد سهولة نشر وانتشار الإنفوجرافيك عبر الشبكات الاجتماعية.
5. يعد فن الإنفوجرافيك مصدر من مصادر التعلم.
6. توجد إمكانية التواصل من خلال فن الإنفوجرافيك ونقل المعلومات للآخرين بالرغم من اختلاف لغاتهم.

التوصيات:

في ضوء نتائج الدراسة يوصي الباحثان بما يلي:

1. العمل على استخدام فن الإنفوجرافيك في أغلب الصحف الحزبية.
2. ضرورة ادخال وسائل وتقنيات تكنولوجية متقدمة إلى الصحف الحزبية.
3. زيادة الدورات المقدمة للعاملين في الصحف الحزبية حول آلية التعامل مع فن الإنفوجرافيك.
4. زيادة تطبيق فن الإنفوجرافيك على الصحف الحزبية.
5. الحث على استخدام فن الإنفوجرافيك لدى شريحة واسعة من العاملين في الصحف الحزبية.
6. تعزيز التعاون بين الجهات الصحفية الفلسطينية ونقابة الصحفيين الفلسطينيين خاصة في مجال فن الإنفوجرافيك.
7. عقد مزيد من الدورات التدريبية الخاصة بالصحفيين وأهمها قسم التصميم داخل الصحيفة لفن الإنفوجرافيك.

المصادر والمراجع:

أولاً: المراجع العربية

1. الدلو، جواد راغب. (2017). الإنفوجرافيك في الصحافة الفلسطينية: دراسة حالة لصحيفة الرسالة. مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الإنسانية، 26(2)، 1-27.
2. عبد الباسط، حسين محمد أحمد. (2015). المراكز الأساسية لتفعيل استخدام الإنفوجرافيك في عمليتي التعليم والتعلم. مجلة التعليم الإلكتروني.
3. المطيري، سامي. (2018). فيكتور وملف وأيقونة وخريطة للإنفوجرافيك. مدونة تكنولوجيا التعليم والمعلومات.
4. أبو عصب، شيماء. (2021). أثر استخدام الإنفوجرافيك (Infographic) على تحصيل طالبات الصف الخامس الأساسي نحو العلوم ودافعيتهن نحو تعلمها [رسالة ماجستير غير منشورة]. جامعة النجاح الوطنية، فلسطين.
5. عيسى، طلعت عبد الحميد، وشلط، أيوب موسى. (2022). توظيف المواقع الإخبارية الفلسطينية للإنفوجرافيك في نشر المعلومات حول جائحة كورونا: دراسة تحليلية مقارنة. مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، 10(3)، 67-102.
6. الشيخ، عدلات عبد المعطي محمد. (2020). استخدام الإنفوجرافيك في الصحافة الإلكترونية الفلسطينية: دراسة تحليلية مقارنة على عينة من موقعي الرسالة نت وشبكة قدس الإخبارية.
7. كنوتي، كارولينا. (2016). الدليل الإعلامي: الممارسات المهنية والأخلاقية. معهد الإعلام، جامعة بيرزيت؛ وزارة الشؤون الخارجية الفنلندية.
8. الفرماوي، محمود. (2010). التعليم وتكنولوجيا التعليم والاتصال. موقع تكنولوجيا التعليم.
9. شلتوت، محمد. (2016). الإنفوجرافيك: من التخطيط إلى الإنتاج. وكالة أساس للدعاية والإعلان.

10. بازرعة، مريم. (5 يناير، 2014). هل يمكن أن نستخدم الإنفوجرافيك في التعليم؟. أكاديمية حسوب.

ثانياً: المراجع الأجنبية

1. Beegel, J., & Hand, K. (2014). *Infographics for dummies*. Wiley.
<http://site.ebrary.com/lib/sdl/reader.action?docID=10882890&ppg=17>
2. Gualtieri, L. (2017). Using an infographic in television news: Effect of television graphics quality on information recall about sexually transmitted diseases. *Electronic News*, 11(4), 1–20.
3. Infographic. (2014). In *Wikipedia*. <http://en.wikipedia.org/wiki/Infographic>
4. Infographics. (n.d.). *Pinterest*. <https://www.pinterest.com/radiadz/infographics/>
5. Krum, R. (2013). *Cool infographics: Effective communication with data visualization and design*. John Wiley & Sons.
6. Lankow, J., Ritchie, J., & Crooks, R. (2012). *Infographics: The power of visual storytelling*. John Wiley & Sons.
7. Majooni, A., Masood, M., & Akhavan, A. (2017). An eye-tracking study on the effect of infographic structure on viewer's comprehension and cognitive load. *Information Visualization*, 16(4), 1–10.
8. McCartney, A. (2013, September). *How to turn infographics into effective teaching tools?* Visual.ly.
9. Rees, K. (2013, July). *What makes an infographic cool?* Cool Infographics.
10. Suggs, L. S. (2016). Communicating breast cancer screening with young women: An experimental test of didactic and narrative messages using video and infographics. *Journal of Health Communication*, 21(1), 1–11.